

## Redes sociales: su influencia en la personalidad y en las relaciones sociales de estudiantes

Wendy Natali Concha Gómez (\*) [wendycobch@gmail.com](mailto:wendycobch@gmail.com)  
Héctor Martín Domínguez Rodríguez (\*) [madom.md93@gmail.com](mailto:madom.md93@gmail.com)  
Minerva Itzel Maya López (\*) [mayaitzel1211@gmail.com](mailto:mayaitzel1211@gmail.com)  
Eduardo Torres Lira (\*) [eduardotl149@gmail.com](mailto:eduardotl149@gmail.com)

\*Estudiante de la carrera de Psicología de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, UNAM

**Cómo citar este texto:** Concha, W. N., Domínguez, H. M., Maya, M. I. y Torres, E. (2018). Redes sociales: su influencia en la personalidad y en las relaciones sociales de estudiantes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 4(7), 20-29.

### RESUMEN

El presente artículo se enfocó en la búsqueda de información sobre el uso constante de las redes sociales en jóvenes universitarios, concretamente en Facebook. La finalidad del trabajo fue identificar cual es la relación entre el uso excesivo de Facebook y la formación de la personalidad de los jóvenes. Para ello se encuestó a 25 estudiantes entre 18 y 22 años de edad en la facultad de estudios superiores Iztacala. A partir de la aplicación de dos test: Bergen Facebook Addiction Scale y Manual of the Eysenck Personality Questionnaire se llevó a cabo el análisis de la influencia de dicha red social sobre la personalidad de los jóvenes y cómo esta afecta en sus relaciones personales, con lo que se identificó un mayor número de mujeres adictas a esta red social, que poseen una personalidad introversa.

**Palabras clave:** Adicción, Personalidad, Facebook, Red social.

### ABSTRACT

This article focused on the search for information about the constant use of social networks in university students, specifically on Facebook. The purpose of the work was to identify what is the relationship between the excessive use of Facebook and the formation of the personality of young people. To this end, 25 students between 18 and 22 years of age were surveyed in Iztacala higher education faculty. From the application of two tests: Bergen Facebook Addiction Scale and Manual of the Eysenck Personality Questionnaire, the analysis of the influence of said social network on the personality of young people and how it affects their personal relationships was carried out. that a greater number of women addicted to this social network were identified, who possess an introverted personality.

**Keywords:** Addiction, Personality, Facebook, Social network.

## 1. INTRODUCCIÓN

### Presentación de la problemática

Las herramientas de comunicación han ido evolucionando a lo largo de la historia gracias a los teléfonos móviles, siendo los jóvenes los usuarios que con mayor frecuencia utilizan dichos aparatos sin tomar en cuenta que cada vez invierten más tiempo y recursos económicos en la sustentación de los mismos aparatos.

Hoy en día según la Universidad de Maryland (2011) son las “redes sociales” el medio que predomina para el intercambio de información entre individuos y grupos, definiéndolas como un conjunto de aplicaciones web, diseñadas exclusivamente para: 1) generar participación de grupos masivos y 2) agregar y reunir contenidos de múltiples fuentes y usuarios juntos. Para Boyd y Ellison (2007) citados en el artículo de Wehrli (2008) dice que

los Sitios de Red Social (SNS) son caracterizados como servicios basados en la web que permiten a los individuos: (1) Construir una presencia en la web, incluyendo una foto y descriptores como ubicación, edad, concentración del estudio e intereses, (2) públicamente mostrar una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) recorrer la lista de conexiones para ver los perfiles de otros dentro del sistema. Las redes sociales como Facebook, Twitter, MySpace, LikedIn, han mostrado un crecimiento espectacular en los últimos años, es por eso que comenzaron a atraer la atención de los estudiosos debido a la disponibilidad de datos completos generados de la web.

Cuando una persona decide unirse a alguna red social lo primero que hace es crear un perfil personal, los cuales muestran información como el nombre, edad, estados de

relación, ocupación, fotos, videos, religión, origen étnico e intereses personales, esto con la finalidad según la teoría de la señalización, de dar a conocer a otros el estado y las características de un individuo y así desarrollar vínculos de confianza. Esta información que proporcionan los perfiles, también son importantes para que los usuarios desarrollen una identidad (Universidad de Maryland, 2011). Para Arab (2013) la construcción de la identidad es un aspecto esencial en el desarrollo de los adolescentes, tomando como referencia su finalización al configurarse una personalidad sólida y estable en el tiempo, que aspira a un buen acoplamiento entre el ideal de vida para el individuo y la sociedad en la que vive. El manejo de las redes sociales pueden favorecer o dificultar la construcción de la identidad de los adolescentes ya que el grupo de pares pasa a ser muy relevante en la construcción de la identidad y se transforma en un referente para ir modulando ciertos aspectos personales, dependiendo de la retroalimentación que se reciba.

La población que usa cotidianamente las nuevas tecnologías y el internet, ha aumentado considerablemente, reconociendo a los adolescentes y jóvenes como los más vulnerables (Arab, 2013), debido a que las redes sociales han implantado un nuevo estilo de relacionarse entre los propios jóvenes; esto ha llevado a que se adopte un modelo de comunicación virtual a través de chats, videoconferencias, mensajes, etc., en el cual no es necesaria la presencia física, tanto del emisor como del receptor (Molina y Toledo, 2014). Según Kang (1996) la ausencia de contacto visual ayuda a la expresión de necesidades o emociones desagradables, por otra parte propicia la honestidad y libre expresión.

Los adolescentes y jóvenes tienen mayor probabilidad de desarrollar conductas adictivas, pues son considerados según Arab (2013) como “nativos digitales” y responsables de la enseñanza de su uso a los padres, provocando un desajuste en las jerarquías familiares y por lo tanto un descontrol en el uso excesivo de estos medios. En este sentido Echeburúa (2010) menciona que toda actividad realizada de manera desmedida puede terminar en lo que se denomina una adicción. Al convertirse una actividad en adicción se pierde el control de esta y se crea una relación de dependencia. Al inicio de la adicción la conducta está regulada primordialmente por lo que se denomina reforzadores positivos (o sea el gusto que le causa a la persona realizar cierta actividad o consumir ciertas sustancias), sin embargo, al paso del tiempo estos reforzadores positivos terminan convirtiéndose en negativos debido a que se crea una dependencia de la sustancia o de la actividad.

Estos síntomas de adicción se pueden observar en las conductas de los jóvenes con respecto a las redes sociales. De acuerdo con Echeburúa (2010) el 98% de los jóvenes de 11-20 años es usuario de Internet y de este porcentaje en torno al 3%-6% de los jóvenes es adicto al uso de las

redes sociales. Este abuso de tecnología puede volverse un problema en los jóvenes debido al efecto negativo en el correcto desarrollo de su vida cotidiana causándole estados desde somnolencia y distracciones hasta alteración en el estado de ánimo como aislamiento, ansiedad y baja autoestima. A partir del hecho de que el internet se ha convertido en una herramienta para el ocio otros autores como Casas, Ruíz-Olivares y Ortega Ruíz (2012) también han encontrado que la adicción a las redes sociales puede estar relacionada ampliamente con variables como la depresión, la ansiedad y la autoestima.

Se cree que es de gran relevancia conocer cuáles son los factores que indican que alguien está desarrollando alguna adicción por las redes sociales. Por esto mismo Echeburúa (2010) hace mención de algunas señales que nos permiten detectar a tiempo la adicción. Algunos de estos factores son:

- Privarse de sueño por estar conectado a una red social.
- Descuidar otras actividades de mayor importancia.
- Pensar constantemente en las redes sociales.
- Aislarse socialmente, mostrarse irritable y bajar el rendimiento de los estudios.

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información y la Fundación Telefónica de España (2010), En su estudio presentan la situación de las TICs y el uso de las redes sociales por parte de los adolescentes y jóvenes, destacando el acceso mayoritario de los menores al uso de las pantallas interactivas como son: computadoras, celulares, videojuegos y televisión. Como resultado, se observa cierta dependencia de los adolescentes y los jóvenes por este tipo de pantallas, debido a que según Sánchez-Carbonella la forma de comunicación permite un contacto de forma inmediata y continua, permitiendo al usuario tener una conexión en el momento que así lo necesite agregando el hecho que le permite tener una privacidad de forma en la cual puede emanciparse de los padres creando su propia socialización con otros adolescentes, y por último se encuentra una multifuncionalidad ya que los accesorios son variados y son una herramienta útil para la solución de diversos problemas. En ese sentido El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información y la Fundación Telefónica de España (2010) sugiere que los padres deben realizar un acompañamiento y un estricto control en la utilización de cualquiera de las pantallas interactivas, ya que las mismas están influenciando de manera negativa en el comportamiento de la población juvenil. De acuerdo con esto Echeburúa (2010) menciona que los educadores y los padres de familia deben llevar a cabo ciertas actividades con los adolescentes para prevenir el abuso de estas tecnologías. Estas actividades son:

- Limitar el uso de aparatos
- Fomentar las relaciones con otras personas.
- Potenciar otras actividades como la lectura.
- Estimular la comunicación con familiares y compañeros

Finalmente, Echeburúa (2010) destaca un aspecto que es considerado de gran importancia. El tratamiento psicológico de estas adicciones, el cual tiene como objetivo el reaprendizaje del control de la conducta

Este inicia con la motivación del sujeto. Si este no reconoce que tiene un problema, difícilmente podrá ser tratado. Por lo tanto, el tratamiento inicia con la motivación y con la aceptación del problema. Una vez que ocurre esto, se continúa con el aprendizaje de respuestas de afrontamiento adecuadas ante las situaciones de riesgo, para después pasar a la exposición programada a las situaciones de riesgo. Finalmente, se actúa sobre la prevención de recaídas.

### **Presentación del problema específico**

Una de las principales redes adictivas, en la actualidad es Facebook, está fue creada por Mark Zuckerberg, estudiante de Harvard, en febrero del 2004, que en sus inicios tenía como objetivo principal ser una herramienta social para que los estudiantes mantuvieran una interacción relacionada con la universidad. Sin embargo, los estudiantes de hoy en día, de secundaria y universitarios han dado un uso a Facebook como sitio de redes sociales prioritario lejos de lo que se pretendía.

Facebook ha tenido una gran difusión que ha traspasado culturas, y se considera una nueva forma de comunicación y socialización; la comunicación es un papel importante para las nuevas generaciones, pero esta misma presenta cambios en la forma que se realiza ya que produce cambios en las redes sociales y físicas. Así como lo menciona Young, (2009) quienes utilizan las redes sociales en línea, utilizan el lenguaje, la tecnología y las herramientas multimedia para crearse una identidad, lo cual consiste en la manera en la que influye el aprendizaje y las habilidades que son necesarias para la participación en las formas de socialización de la era digital.

Las características de Facebook que facilitan la interacción entre los usuarios son, la lista de amigos, muros, estado, eventos, fotos, video, mensajes, chat, y grupos. La lista de amigos es un componente crucial de FB, ya que permite al usuario crear una pantalla pública, Los muros son como una tabla de anuncios, que permite a otros usuarios publicar mensajes personales dirigidos hacia el usuario final, los estado permite a los usuarios informar a sus amigos de su paradero y acciones, la función de eventos permite a los usuarios planificar reuniones o eventos para los que pueden extender las invitaciones, las fotos y los videos permiten a los usuarios subir álbumes, fotos y videos que otros usuarios

pueden comentar. La comunicación con los amigos se realiza a través de mensajes, que son privados o públicos, pero también a través de una función de chat, la función de grupos permite a los usuarios crear y unirse a grupos de interés, esta misma función permite a los usuarios dar una retroalimentación positiva sobre el contenido preferido (Nadkarmy y Hofmann, 2013)

Además de esto Varela, Montaña y Ramírez () mencionan que otras de las funciones que los jóvenes le han dado a Facebook hoy en día son las siguientes:

- Permitir el desarrollo de relaciones informales propicias para la integración social.
- Aceptar la diversidad y el respeto por el otro, a la vez que buscan el consenso sobre ciertos objetivos comunes
- Permitir, fomentar, fortalecer, canalizar la participación social.
- Aceptar y aprovechar el valor constructivo de los conflictos.
- Usar la negociación como instrumento para lograr metas incorporando la diversidad.

Mahmood y Farooq (2014) mencionan que Facebook, tiene más de mil millones de usuarios activos en todo el mundo y 584 millones de personas lo utilizan a diario en promedio, los rangos de edad de los usuarios van entre los dieciocho a veinticuatro años y este rango está aumentando a un ritmo de 74% por ciento al año. En México existen datos relevantes los cuales han sido proporcionados por Kont (2012) citado en Jiménez y Martínez en donde revelan que México es el quinto país con mayor número de usuarios en Facebook. Los principales grupos de edades de los usuarios de Facebook son los de 18 a 24 y de 25 a 34 años. Sumando ambos grupos se tiene que el 58% de los mexicanos usuarios de esta red tienen una edad entre los 18 y 34 años.

Aspani, Sada y Shabot (2012) mencionan que Facebook se ha visto implicado en la formación de la identidad, ya que esta se forma de acuerdo a la manera en que los individuos actúan y se relacionan con la sociedad a lo largo de la vida cotidiana, en ese sentido la identidad depende de la profesión, la escuela o al género, el uso cotidiano de la red social y sus influencias dentro de la vida social, escolar y emocional. Un ejemplo de esta situación se ve reflejado en un estudio realizado por Almansa, Fonseca y Castillo (2013) en el cual analizaron 100 perfiles de Facebook de algunos jóvenes. En este análisis se reportó que el uso de esta red social es de vital importancia para dar a conocer su personalidad, ya que les permite presentarse tal y como son o en algunos casos crear identidades falsas. La forma en la que decidan presentarse a la sociedad a través de esta red social depende de la socialización que tienen estos jóvenes. De

igual forma de 100 perfiles que se analizaron, 45 de estos asumieron que no tenían un nombre real en Facebook.

De acuerdo con Crespo, Ruiz y Parra (2009), los jóvenes ingresan a Facebook con la finalidad de socializar, sin embargo no son conscientes de las afectaciones que esta red social puede provocar en su vida íntima y socio afectiva. Con respecto a esto Almansa et al. (2013) en su estudio realizado encontraron que de 100 perfiles analizados, 33 publicaban información personal a través de esta red social como por ejemplo su cumpleaños, su dirección, escuela donde estudian y gustos personales. Sin embargo, nunca se pudo encontrar que publicaban información acerca de sus creencias religiosas o sus preferencias políticas así algunos autores mencionan que Facebook se ha convertido en un producto de consumo a nivel cultural por cuestiones de moda (Aspani, Sada y Shabot, 2012).

Además de que esta red social ha ganado popularidad por cuestiones de moda también se cree que esta ha tenido gran fama debido a los rangos de popularidad que le dan a la gente que la utiliza. De acuerdo con el estudio realizado por Almansa et al. (2013) Para la mayoría de estos jóvenes es de vital importancia tener el mayor número de amigos posibles en esta red social. Incluso se encontró que la mayoría interactúa a través de esta red social con personas que nunca ha visto en la vida real. De acuerdo con esto los investigadores mencionan que encontraron dos criterios bajo los cuales estos jóvenes aceptan a sus amigos en Facebook los cuales son:

- Que en la foto de perfil la persona tenga un buen aspecto físico.
- Que tengan amigos en común.

Se considera que esto es realmente preocupante debido a que los jóvenes hoy en día ya están perdiendo la comunicación con las personas que tienen cerca como lo son los padres de familia, maestros, vecinos y amigos cercanos.

Respecto a lo anterior Wang, Moon, Kwon, Evans y Stefanone (2010) realizaron un estudio donde demostraron que la exhibición de la foto de perfil en FB tuvo un efecto significativo en la voluntad de iniciar amistades con los propietarios de los perfiles. El atractivo físico fungió como una señal visual al elegir a las amistades, cuando otras señales verbales o no verbales eran limitada, así los sujetos masculinos y femeninos estaban más dispuestos a iniciar amistades con propietarios de perfiles de sexo opuesto con fotos atractivas (Nadkarmy y Hofmann, 2013)

Con respecto a la formación de la personalidad a través de las redes sociales Ross, Orr, Sisic, Arseneault, Simmering y Orr (2009) mencionan que en las últimas dos décadas se han realizado investigaciones sobre la personalidad, donde la han caracterizado en cinco dimensiones:

1. Neuroticismo: Refleja la tendencia de una persona a experimentar el sufrimiento psicológico y los altos niveles del rasgo están asociados con una sensibilidad a la amenaza.
2. Extraversión: refleja la tendencia de una persona a ser sociable y capaz de experimentar emociones positivas.
3. Apertura a la experiencia: representa la voluntad de un individuo de considerar enfoques alternativos, ser intelectualmente curioso y disfrutar de las actividades artísticas.
4. Tranquilidad: Es un aspecto del comportamiento interpersonal, que refleja una tendencia a ser confiado, simpático y cooperativo.
5. La quinta dimensión, la Conciencia, refleja el grado en que un individuo es organizado, diligente y escrupuloso.

Tomando en cuenta estas 5 características Costa y McCrae, crearon específicamente el modelo de evaluación NEO-Inventory-Revised (NEO-PI-R) , que de acuerdo con Ross, et al (2009) y Nadkarmy y Hofmann (2013) tuvo mucho éxito en la evaluación de la personalidad y los comportamientos en el mundo "real" que se considera un marco sólido para examinar los comportamientos en el mundo "virtual".

Se han realizado diversas investigaciones de evaluación del comportamiento de usuarios de Facebook jóvenes en distintos países con el modelo NEO- PI- R, por ejemplo Ross, et al (2009) administraron un cuestionario a los participantes en una universidad de Canadá, donde evaluaron el uso básico de Facebook, las actitudes asociadas con Facebook y la tendencia a publicar información de identificación personal. Los participantes también completaron el NEO-PI-R para evaluar la personalidad de acuerdo a los Cinco Factores. Los resultados mostraron que los usuarios con alto nivel de extraversión eran más propensos a utilizar el Facebook como una herramienta social, pero no como una alternativa a las actividades sociales en comparación con aquellos con puntuación baja en la extraversión. Además, aquellos con alto nivel de neuroticismo informaron que el muro era su componente favorito del Facebook, mientras que aquellos con bajo perfil de neuroticismo preferían fotos.

Por otro lado Wilson, Fornasier y White (2010) pidieron a los participantes que informaran sobre su nivel de uso de Facebook y también pidieron que respondieran el NEO-PI-R, así como el Coopersmith Self Esteem Inventory (Coopersmith, 1981). Sus resultados indicaron que los individuos extrovertidos tenían niveles más altos en el uso de Facebook con tendencias adictivas (Nadkarmy y Hofmann, 2013).

Según Jiménez y Pantoja (2007) definen que un adicto en general a la red social es una persona que presenta inhabilidad social o menor habilidad para soportar los aumentos de su tensión psíquica. Y que los adictos a Facebook son aquellos sujetos que pasan más de 4 horas diarias en dicha red, porque se observó que muchas de las horas en que los estudiantes están conectados a Internet se encuentran interactuando dentro de redes sociales.

La importancia del estudio de las personas que presentan adicción a Facebook según Papacharissi y Mendelson (2011) radica en las alternativas funcionales a las relaciones interpersonales y la comunicación mediada, proporcionando opciones o complementos a aspectos del entorno de un individuo que no tienen como cumplimiento a determinadas circunstancias, los usuarios de Internet puede perder el control sobre el uso que fue originalmente motivado

Ryan y Xenos (2011) citados en Mahmood y Fahrooq señalan que con la creciente fama de Facebook entre los estudiantes, investigadores han comenzado a centrarse en las razones que pueden ser relevantes para el uso excesivo de Facebook ya que posiblemente pueda haber una relación entre patrones de personalidad y el uso excesivo de Facebook; los alumnos emplean una gran cantidad de tiempo en iniciar sesión en esta red social y la cuestión planteada por estos autores es si Facebook afecta negativamente el desempeño de estudiantes en su nivel académico. Jiménez y Martínez (2013) mencionan que el tiempo dedicado al uso de estas redes está ocasionado un cambio en las actitudes de estos usuarios a pesar de tener nociones sobre las ventajas y desventajas sobre el uso de estas redes, descuidando ciertos aspectos y en ocasiones no otorgando la importancia que se merece como lo es el rendimiento académico; comportándose de manera menos reprimida y sin pensar en las repercusiones de estas actitudes, generando situaciones de adicción hacia este medio. De acuerdo con esto Varela Montaña Ramírez () en una investigación que llevaron a cabo en de la Unidad Académica de Contaduría y Administración extensión Sur encontraron que Facebook es la red social de mayor uso con un porcentaje del 89.5% de los estudiantes, el 43.2% de los estudiantes utilizan esta red social por más de una hora y que el 92.5% utilizan esta red con fines de entretenimiento.

Otros estudios relacionados con el uso de Facebook son los de Vasalou, Joinson, & Courvoisier (2010) quienes examinaron la diferencia en el uso de FB en Estados Unidos, Reino Unido, Italia, Grecia y Francia. Sus resultados arrojaron que en comparación con los usuarios de FB en los Estados Unidos, los usuarios del Reino Unido clasificaron a los grupos de amigos como lo más importantes; los usuarios italianos clasificaron tanto los grupos como los juegos y aplicaciones como los más importantes, mientras que los usuarios griegos encontraron que las actualizaciones de estado eran menos

importantes. En comparación con los usuarios estadounidenses, las actualizaciones de estado y las fotografías fueron menos importantes para los usuarios franceses, que también visitaron el sitio con menos frecuencia (Nadkarmy y Hofmann, 2013).

Por otro lado según diversas investigaciones citadas por Nadkarmy y Hofmann, (2013) la autoestima también ha demostrado ser un factor en el uso de FB. Un estudio realizado por Christofides, Muise y Desmarais (2009) examinó si la necesidad de popularidad, autoestima y confianza y tendencia general a revelar están asociadas con el uso de Facebook. Los resultados arrojaron que la tendencia a revelar y la necesidad de popularidad eran los únicos dos predictores significativos del uso FB. Relacionado con este estudio Stefanone, Lackaff y Rosen( 2011) investigaron la contribución de la autovaloración a determinadas actividades en línea, donde los resultados indicaron que las fuentes de autoestima, como la apariencia, la aprobación de otros generalizados, y necesidad de superar a otros, explicaban el intercambio de fotos en línea.

De acuerdo con las investigaciones anteriores Nadkarmy y Hofmann,(2013) mencionan que el uso del FB está motivado principalmente por dos necesidades sociales básicas: (1) la necesidad de pertenecer, que se refiere al impulso intrínseco de afiliarse con otros y obtener aceptación social, y (2) la necesidad de auto-presentación que se refiere al proceso continuo de gestión de impresiones

### **Propósito**

Debido a lo anterior el propósito de la presente investigación es analizar si existe una relación entre la adicción a Facebook y la personalidad de los jóvenes-adultos de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala y cómo esta afecta en sus relaciones personales.

## **2. MARCO CONCEPTUAL**

### **Perspectiva**

Las redes sociales se han convertido en un elemento indispensable para la población, debido a que estas redes se definen como un conjunto de aplicación web, diseñados exclusivamente para; generar participación de grupos masivos, agregar y reunir contenido de múltiples fuentes y usuarios juntos.

De forma más puntual Varela, Montaña y Ramírez (S/A) mencionan que una red social son páginas que permiten a las personas conectar con sus amigos, incluso realizar nuevas amistades, a fin de compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones interpersonales.

Estas redes sociales pueden ser divididas en dos categorías:

- La creación de redes sociales internas (ISN): caracterizada por ser de una comunidad cerrada que se compone de un grupo de personas dentro de una empresa o asociación.

- La creación de redes sociales externas (ESN): caracterizada por ser una red abierta y a disposición de todos los usuarios de la web para comunicarse, como por ejemplo Facebook.

Facebook es una Red social que tiene como objetivo principal ser una herramienta social para que los estudiantes mantengan una interacción relacionada con la universidad, sin embargo a lo largo de los años el objetivo de esta red se ha deformado, convirtiéndose en una herramienta de ocio y de grandes cantidades de usuarios que la utilizan de manera frecuente. En México existen datos relevantes los cuales han sido proporcionados por Kont (2012) citado en Jiménez y Martínez en donde revelan que México es el quinto país con mayor número de usuarios en Facebook. Los principales grupos de edades de los usuarios de Facebook son los de 18 a 24 y de 25 a 34 años. Sumando ambos grupos se tiene que el 58% de los usuarios Mexicanos de esta red tienen una edad entre los 18 y 34 años, personas que entran según la UNESCO en la categoría de adultos jóvenes al encontrarse dentro del rango de edad de los 18-45 años. Este tipo de conductas adictivas hacia las redes sociales puede estar estrechamente relacionada con la personalidad de los individuos debido a que está se forma de acuerdo a la manera en que los individuos actúan y se relacionan con la sociedad a lo largo de la vida cotidiana, en ese sentido la identidad depende de la profesión, la escuela o al género, el uso cotidiano de la red social y sus influencias dentro de la vida social, escolar y emocional.

Como se mencionó anteriormente Facebook se ha convertido en un problema para la población al generar conductas de adicción perdiendo el control de la actividad y generando una relación de dependencia regulada primordialmente por lo que se denomina reforzadores positivos, sin embargo, al paso del tiempo estos reforzadores positivos terminan convirtiéndose en negativos debido a que se crea una dependencia de la sustancia o de la actividad.

### **Causas del problema**

Tomando en cuenta esto Ross, Orr, Sisic, Arseneault, Simmering y Orr (2009) mencionan que en las últimas dos décadas se han realizado investigaciones sobre la personalidad que poseen los usuarios de Facebook, caracterizándola en cinco dimensiones:

Neuroticismo: Refleja la tendencia de una persona a experimentar el sufrimiento psicológico y los altos niveles del rasgo están asociados con una sensibilidad a la amenaza.

Extraversión: refleja la tendencia de una persona a ser sociable y capaz de experimentar emociones positivas.

Apertura a la experiencia: representa la voluntad de un individuo de considerar enfoques alternativos, ser intelectualmente curioso y disfrutar de las actividades artísticas.

Tranquilidad: Es un aspecto del comportamiento interpersonal, que refleja una tendencia a ser confiado, simpático y cooperativo.

Conciencia refleja: el grado en que un individuo es organizado, diligente y escrupuloso.

Autoestima: Nadkarmy y Hofmann, (2013) mencionan que la autoestima también ha demostrado ser un factor en el uso de FB. Un estudio realizado por Christofides, Muise y Desmarais (2009) examinó si la necesidad de popularidad, autoestima y confianza y tendencia general a revelar están asociadas con el uso de Facebook. Los resultados arrojaron que la tendencia a revelar y la necesidad de popularidad eran los únicos dos predictores significativos del uso de Facebook. Relacionado con este estudio Stefanone, Lackaff y Rosen( 2011) investigaron la contribución de la autovaloración a determinadas actividades en línea, donde los resultados indicaron que las fuentes de autoestima, como la apariencia, la aprobación de otros y la necesidad de superarlos explicaban el intercambio de fotos en línea.

Debido a que algunos de estos cinco factores están estrechamente relacionados y otros se van al extremo en la presente investigación se retoma únicamente como factores de personalidad a la extroversión y la introversión que es definida como: condición de la persona que se distingue por su inclinación hacia el mundo interior, por la dificultad para las relaciones sociales y por su carácter reservado.

## **3. PLANTEAMIENTO**

### **Método**

La personalidad se define como el conjunto de características que posee una persona y le permite comportarse de manera distinta a los demás , estas características se definen a partir de las interacciones que tiene el individuo con su medio ambiente, es decir cualquier interacción con otros individuos define una parte de la formación de la personalidad, por ello es de suma importancia considerar que a partir de la aparición de las redes sociales como un medio donde la interacción es más fácil , rápida y no presencial, los individuos tienen una característica particular para comportarse en estos medios, que se ve con mayor prevalencia en los individuos que usan de manera excesiva estas nuevas formas de interacción. Dentro de las más comunes se encuentra Facebook, la cual ha sido utilizada desde su aparición para diferentes fines , provocando que se

identifique de manera más explícita la personalidad de los individuos o el cambio de esta a través de la manera en la que la usan.

Por ello la presente investigación pretende responder a la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación existente entre el uso excesivo de Facebook y la formación de personalidad de los jóvenes?, donde la respuesta hipotética de acuerdo con la literatura es que la forma en la que los jóvenes se perciben a sí mismos y desarrollan su personalidad se ve influida por la manera en la que hagan uso de Facebook e interactúen con otros usuarios de la misma red social.

Dado lo anterior el objetivo de la investigación es : Identificar de qué manera influye Facebook ( red social) en la personalidad de los alumnos adultos jóvenes de entre 18 y 23 Años de edad de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, mediante los test: Bergen Facebook Addiction Scale y Manual of the Eysenck Personality Questionnaire.

El primer instrumento aplicado fue el Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS) este fue elaborado por La Universidad de Psicología de Bergen, en Noruega por la doctora Schou Andeansen el cual fue utilizado para determinar si es que los participantes presentan adicción a esta red social o no.

El instrumento está compuesto por 6 ítems y se evalúa con la siguiente escala: En muy raras ocasiones, rara vez, a veces, a menudo y muy a menudo.

Para poder evaluar los resultados rescatados a través de las encuestas se le determinó un puntaje específico a la escala, de la siguiente manera:

En muy raras ocasiones: 1

Rara vez: 2

A veces: 3

A menudo: 4

Muy a menudo: 5

Se sumaba el puntaje total de las preguntas y si el puntaje del participante era de 14 o mayor a 14 se establecía que ese participante presentaba una adicción a Facebook.

El segundo instrumento que se aplico fue el Manual of the Eysenck Personality Questionnaire, que fue elaborado por Eysenck, H.J. & Eysenck, S.B.G (1975). Este cuestionario nos permitió determinar si la población estudiada tiene una personalidad introversa o extroversa, a través de 25 ítems, que fueron respondidos con una escala Likert: (1) siempre, (2) casi siempre, (3) a veces, (4) casi nunca, (5) nunca.

Cada uno de los ítems de este instrumento evalúa un rasgo distinto de las personas extroversas:

Factor 1: ítems 1, 2, 10, 11, 22 ----- sociabilidad

Factor 2: ítems 3, 9, 12, 15, 19, 25---- búsqueda de emociones.

Factor 3: ítems 4, 5, 6, 14, 18----- dominancia

Factor 4: ítems 7, 8, 13, 16, 20----despreocupación

Tres ítems de Deseabilidad social que son: 17, 23,24

El Manual of the Eysenck Personality Questionnaire, se califica a partir de las siguientes puntuaciones

(1) siempre: Valor de 5

(2) casi siempre: Valor de 4

(3) a veces: Valor de 3

(4) casi nunca: Valor de 2

(5) nunca: Valor de 1

Sin embargo hay cuatro ítems que se califican de manera inversa debido a que estos se refieren específicamente a la personalidad introversa 11, 12, 13, 18

Una vez que se sacó la puntuación total de cada uno de los participantes se determinó si tenían una personalidad extroversa o introversa, según la siguiente escala de asignación:

25 puntos ----69 puntos..... Personalidad introversa

70 puntos ----125 puntos..... Personalidad Extroversa

### Obtención de datos

La población se seleccionó de acuerdo a tres criterios: a) que fueran estudiantes de la facultad de estudios superiores Iztacala, b) que tuvieran entre 18 y 22 años y c) que usaran la red social Facebook.

La población estudiada estuvo conformada por 25 personas de las cuales:

5 personas----- 18 años

5 personas-----19 años

5 personas-----20 años

5 personas -----21 años

5 personas-----22 años

Todas usaban Facebook y eran estudiantes de alguna de las carreras de la facultad de estudios superiores Iztacala.

### Resultados

Los test fueron aplicados a 25 participantes de los cuales 15 fueron mujeres y 10 fueron hombres, donde se localizó un total de 12 personas con adicción a Facebook de las cuales 8 son mujeres y 4 son hombres., respecto a las personas no adictas se encontró una población de 13 personas donde 7 son mujeres y 6 son hombres.



Figura 1: Número de hombres y Mujeres adictos y no adictos a Facebook.

En los resultados se observa que hay mayor tendencia por parte de las mujeres a usar Facebook de una manera excesiva, a comparación con los hombres que muestran poco interés hacia la red social.

Respecto al Test de personalidad que se realizó, al correlacionar los resultado con el Bergen Facebook Addiction Scale, se encontró que hay mayor número de personas introversas (7) que son adictas a Facebook, de las cuales cinco son mujeres y dos son hombres, que personas extroversas (5) de las cuales tres son mujeres y dos son hombres.

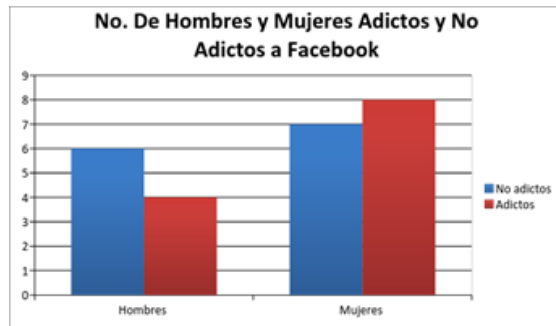


Figura 2. Se muestra el número de hombres y mujeres con personalidad introversa o extroversa que son adictos a Facebook

En ese sentido se muestra que las personas que son introversas es decir que tienen pocas habilidades para relacionarse socialmente y tienen carácter reservado, son más propensas a usar de manera frecuente Facebook, e incluso desarrollar una adicción hasta dicha red social.

Otros factores que pudieron detectarse fueron la edad y el semestre que cursaban los participantes, en estos se identificó que los usuarios con 19 años predominaron en los participantes que se detectaron como adictos, seguido de los de 20 años, los de 21 y 22.



Figura3. Se muestran las edades de los participantes que son adictos a Facebook.

Respecto al semestre se encontró que hay un uso frecuente de Facebook en los estudiantes que cursan el 5to semestre de su carrera, seguido del primer semestre y por ultimo con solo un participante del tercer semestre.

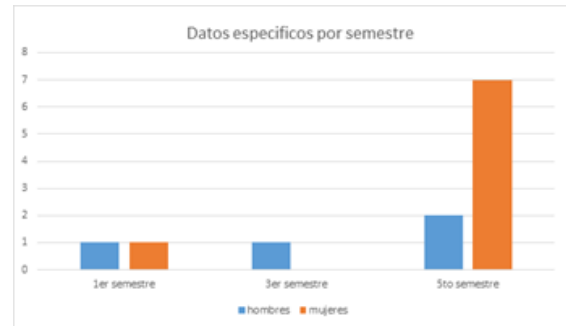


Figura 4. Se muestra el no. De participantes que son adictos y cursan ya se el 1ro, 2do o 3er semestre de su carrera.

De acuerdo con los resultados por rubro investigado, se encontró que las mujeres que cursan el 5to semestre, tienen 19 años y tienen una personalidad introversa son más propensas a tener una adicción hacia la red social Facebook.

### Solución del caso

De acuerdo con los resultados se pudo encontrar que de una población de 25 estudiantes 12 son adictos a Facebook y que de estas 12 personas 7 son introversas por lo que se puede concluir que de las personas con adicción a Facebook la mayoría presentan una personalidad introversa por lo que se debe de buscar una solución a esta problemática debido a que como se encontró en la literatura las personas con estos rasgos de personalidad tienden a ser poco sociables y a tener poca capacidad de experimentar emociones positivas.

Una posible solución que se expone en el presente trabajo es que dentro de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala se realicen talleres de habilidades sociales y de autoconcepto, en donde se les enseñen habilidades



relacionadas con la empatía, la asertividad, la capacidad de escucha, la comunicación, la modulación de la expresión emocional y el reconocimiento de los propios sentimientos. Para que los estudiantes que poseen una personalidad introversa adquieran habilidades sociales y una mejor autoestima, para que sus niveles de adicción a Facebook en esta población estudiantil se reduzcan.

Además se propone que se impartan talleres donde se les enseñe a los alumnos a usar las redes sociales de una mejor manera, en donde puedan aprender a utilizarla para situaciones escolares, sin que esto afecte en sus relaciones sociales y en su autoestima.

## 4. CONCLUSIÓN

### Discusión

El objetivo del presente estudio fue Identificar de qué manera influye Facebook (red social) en la personalidad de los alumnos adultos jóvenes de entre 18 y 23 Años de edad de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, mediante los test: Bergen Facebook Addiction Scale y Manual of the Eysenck Personality Questionnaire.

De acuerdo con la pregunta de investigación se puede destacar que si hay una relación existente entre el uso excesivo de la red social y la formación de la personalidad en los jóvenes de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, debido a que la mayoría de los jóvenes que son adictos a Facebook son de personalidad introversa, lo que indica que carecen de habilidades sociales presenciales, y tienen poca capacidad para experimentar emociones positivas. Estos resultados confirman la hipótesis en la que se planteó que Facebook es una red que influye directamente en la manera en la que los jóvenes establecen sus relaciones personales y se perciben a sí mismos.

Uno de los datos inesperados que se encontró dentro de la investigación fue que se presentó un número mayor de mujeres adictas a Facebook en contraste al número de hombres con la misma adicción y además que el mayor número de mujeres adictas a Facebook eran de 19 años, siguiéndoles las de 20, 21 y 22.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente la propuesta de solución de la presente investigación cobra gran relevancia debido a que en ella se destaca la importancia de brindarles herramientas a los jóvenes para que desarrollen habilidades sociales y fortalezcan su idea de auto concepto, de igual manera se les brindan herramientas para que utilicen esta red social para su beneficio.

Una de las posibles limitantes de impartir un taller, es que hay probabilidades de que no toda la población que lo requiera asista, pues muy pocos estudiantes son capaces de reconocer sus adicciones, esto posiblemente se debe a que desconocen los indicadores de estas, por lo que se

recomienda que se realicen una serie de conferencias donde los alumnos puedan identificar cuáles son las características de una persona adicta a las redes sociales y se enfatice la importancia de asistir al taller en caso de auto reconocerse una persona adicta.

### Aportaciones

Trabajar en las habilidades sociales de los jóvenes-adultos y su auto concepto, no se limita solo a un beneficio para disminuir las adicciones a Facebook, sino que también fortalece sus habilidades y competencias como profesionistas, pues ellos estarán próximos a ejercer sus profesiones que requiere obligatoriamente que sepan desarrollarse de manera efectiva en sus interacciones con otros.

### Colofón

En los últimos años el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes-adultos ha incrementado, en algunos casos hasta volverse una herramienta de la cual dependen totalmente para sentir un bienestar personal, situación que los limita a desarrollarse efectivamente en su entorno. Debido a esto resulta fundamental conocer qué características tiene la población que presenta estas adicciones, considerándolo un aspecto fundamental para poder realizar diversas alternativas de solución que puedan enfocarse directamente a la población que lo necesita.

Por ello se considera que la lectura del presente artículo es de gran relevancia debido a que da una visión de la situación general acerca de la adicción a Facebook en la población juvenil de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala y como esta adicción se encuentra estrechamente relacionada a la personalidad de los mismos, permitiendo como se mencionó anteriormente brindar posibles soluciones a estas problemáticas expuestas.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almansa, O., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). Social Networks and Young People. Comparative Study of Facebook between Colombia and Spain. *Scientific Journal of Media Education*, (20), 127-134.
- Arab, E. y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
- Aspani, S., Sada, M., y Shabot, R. (2012) Facebook y vida cotidiana. *Alternativas en Psicología. Revista Semestral. Tercera Época*, 27, 107-114.
- Casas, J., Ruíz-Olivares, R., Ortega-Ruiz, R. (2012). Validation of the Internet and Social Networking Experiences Questionnaire in Spanish adolescents.

*International Journal of Clinical and Health Psychology*, (13), 40-48.

Castellana, M.; Sánchez-Carbonell, X.; Graner, C.; Beranuy, M. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: internet, móvil y videojuegos. *Universidad Ramón Llull*. 28(3), 196-204.

Echeburúa, E. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones* (22), 91-95.

Herrera, M.; Pacheco, M.; Palomar, J.; Zavala, D. (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. Universidad Iberoamericana, *Ciudad de México Distrito Federal, México* 18, (1), 6-18.

Jiménez, L. y Martínez, A. (2016). Adicción a Facebook y su impacto en el rendimiento académico de los alumnos de la licenciatura en enfermería de la Universidad Tangamanga. XII encuentro Participación de la Universidad Tangamanga, campus Saucito, S.L.P, San Luis Potosí.

Jochen, P.; Valkenburg, P.; Schputen, A. (2006). Friend networking Sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. (Red de amigos Sitios y su relación con el bienestar de los adolescentes y la autoestima social). *CyberPsychology & Behavior*, 9 (5), 2-8.

Mahmood, S. & Farooq, U. (2014) Facebook Addiction: A Study of Big-Five Factors and Academic Performance amongst Students of IUB, *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 5 (14).

Molina, G., Toledo, K. (2014) Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes. Universidad del AZUAY, Cuenca Ecuador, 23 – 30.

Nadkarny, A. & Hofmann, S. (2013). Why Do People Use Facebook?. *National Institute of Health*, 52(3), 243–249.

Ross, C., Orr, E., Sisic, M., Arseneault, J., Simmering, M., & Orr, R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25 (2), 578-586.

Ryan, T. Chester, A.; Reece, J.; Xenos, S. 2014. The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. (Los usos y abusos de Facebook: Una revisión de Facebook adicción) School of Health Sciences, RMIT University, Melbourne, Victoria, Austral. School of Design and Social Context, RMIT University, Melbourne, Victoria, Australia. 3(3), 133–148.

University of Maryland (2011) The Effect of Social Network Sites on Adolescents' Social and Academic Development: Current Theories and Controversies. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*.

Varela, V., Montaña, O., Ramírez, J. (2014). Influencia de las redes sociales en estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración extensión Sur. *XVI Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas*.

Wehrli, S. (2008) Personality on social Network Sites: An Application of the five factor model, *ETH Zurich Sociology Working Paper*, 7.